

Szpilbarg, Daniela; Saferstein, Ezequiel A.

El espacio editorial "independiente" : heterogeneidad, posicionamientos y debates: Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010

Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012

CITA SUGERIDA:

Szpilbarg, D.; Saferstein, E. A. (2012) El espacio editorial "independiente" : heterogeneidad, posicionamientos y debates: Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010 [en línea]. Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012, La Plata, Argentina. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf

Documento disponible para su consulta y descarga en **Memoria Académica**, repositorio institucional de la **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE)** de la **Universidad Nacional de La Plata**. Gestionado por **Bibhuma**, biblioteca de la FaHCE.

Para más información consulte los sitios:

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar>

<http://www.bibhuma.fahce.unlp.edu.ar>



Esta obra está bajo licencia 2.5 de Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 2.5



EL ESPACIO EDITORIAL “INDEPENDIENTE”: HETEROGENEIDAD, POSICIONAMIENTOS Y DEBATES. HACIA UNA TIPOLOGÍA DE LAS EDITORIALES EN EL PERÍODO 1998-2010

DANIELA SZPILBARG
IIGG-FSOC-CONICET

EZEQUIEL A. SAFERSTEIN
CEDINCI-IIGG-CONICET

Introducción

En las páginas que siguen, intentaremos describir el escenario editorial de la ciudad de Buenos Aires, a fin de plantear un debate en torno a la categoría de “editorial independiente”, término con el que se nombra a ciertos emprendimientos. En el marco de los procesos de transformación del campo cultural argentino, problematizaremos el estado del espacio editorial de nuestro país. Para este trabajo, tomamos como punto de partida dos procesos importantes que comienzan a fines de la década del noventa: por un lado, la gran concentración del sector, a partir de la compra de editoriales locales por parte de grupos de capital extranjero, y por otro lado, la apertura que posibilitó la generalización y mayor acceso a nuevas tecnologías, que abrieron la posibilidad de publicación y circulación de textos a una escala mayor, fenómeno que se ilustra con la aparición de nuevas editoriales llamadas “independientes”, con mayor profusión en los años posteriores a la crisis de 2001 en nuestro país.

Consideramos que la caracterización –propia o ajena– de una editorial como “independiente” conlleva una serie de representaciones, prácticas, posiciones y tomas de posición que las ubican de determinadas maneras dentro del campo editorial. El espacio editorial argentino está caracterizado por una complejidad dada por la convivencia de empresas que se asimilaran a la industria cultural, con pretensiones ligadas al plano comercial, y emprendimientos con aspiraciones más culturales, dotados de una mayor autonomía, que son los llamadas “independientes”. A pesar de esta polarización, podemos pensar en un tercer grupo de editoriales, que se ubican entre ambos extremos, y que también son definidas en torno a la independencia, si bien tienen características que las distinguen, como por ejemplo una proyección hacia el exterior muy marcada.



Creemos que es central desentrañar y dar cuenta de a qué nos referimos cuando pensamos en la independencia de una editorial: de qué independencia se habla y con respecto a qué o quién. Estos grupos conviven y se relacionan entre sí dentro del espacio de luchas y jerarquizaciones que comprende la herramienta de campo (Bourdieu 1990), a partir de las transformaciones ocurridas durante las últimas dos décadas.

A partir de los procesos de concentración y transnacionalización de la industria del libro en los años noventa, junto a la proliferación de las grandes cadenas de librerías, el espacio editorial sufrió una serie de transformaciones, con la emergencia de nuevos actores y estrategias que promovieron cambios en los modos de producción y circulación de los libros. Botto (2006) señala que en contraposición a los conglomerados transnacionales que pasarían a controlar el 75% del mercado de libros, luego de la crisis del 2001 surgen una serie de “editoriales independientes”, con estilos culturales propios y de capital nacional, que complejizan el entramado editorial. A partir de una presentación realizada por los editores de Tamarisco en la Conferencia Editorial 2010¹ organizada por el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, podemos nombrar unos puntos en común que las definirían: la especialización temática o por “nichos” en un mercado fragmentado; una identidad cultural, pero no desligada de lo comercial; una actividad de apuesta y de riesgo al publicar autores no conocidos, y una menor capacidad de negociación con los espacios de circulación como las distribuidoras y librerías. Sin embargo, si bien consideramos que es necesaria una separación entre estas editoriales y las que dependen de los grandes grupos concentrados, sostenemos que el término “independiente” es equívoco para definir las, ya que consideramos hay una marcada heterogeneidad en el interior de este agrupamiento, en cuanto a sus modos de funcionamiento, sus representaciones y sus aspiraciones. Es importante resaltar que este nombre es el resultado de una articulación de discursos que conforman y retroalimentan prácticas, que sus actores y protagonistas se encuentran atravesados por estos discursos, y que condicionan su acción, sus tácticas y estrategias de posicionamiento dentro del espacio que puede ser pensado como campo editorial.

1 “Escritura y edición en y a través de la web. Literatura y redes sociales”, Hernán Vanoli y Félix Bruzzone (Editorial Tamarisco). Conferencia Editorial 2010, jueves 9 de septiembre, CMD, Buenos Aires.



En primer lugar, lo “independiente” se erige en oposición a los autores y editoriales consagrados comercialmente por la gran industria editorial, lo que, en tiempos de globalización cultural, significa situarse en oposición a un supuesto circuito hegemónico de circulación literaria. Estos movimientos que se dan en el interior del espacio editorial están vinculados con procesos sociales, económicos y culturales más amplios. Por eso es importante establecer una tipología de las editoriales en nuestro país para dar cuenta de una configuración actual del sector, ya que no concordamos con la gran división entre “grandes grupos” e “independientes”, por considerar que este binomio oculta y no contempla numerosos proyectos editoriales muy productivos en lo simbólico para la cultura literaria, que permanecen invisibilizados ante una concepción dominante de lo “independiente”, resultado de luchas por imposición de sentidos que afectan el diseño de políticas culturales (Vanoli y Saferstein 2011).

Si suele decirse de una manera reduccionista que las editoriales independientes subordinan el capital económico al cultural, y los grandes grupos al contrario, debemos ser cautos y advertir que la herramienta de campo funciona, ante todo, bajo una lógica relacional. Pensamos ambas dimensiones, cultural y comercial, como dos aspectos que conviven en tensión y conflicto, no como autónomas y excluyentes. Hay intersticios y superposiciones: los agentes que adoptan posiciones según estas dimensiones se ven afectados en el entramado que conforman. Sin embargo, los posicionamientos efectivos no siempre coinciden con sus representaciones, por el papel del mercado dentro del campo y la necesidad de ampliar su espectro de acción.² Precisamente, en los planteos de Bourdieu la independencia aparece ligada a ser independiente respecto de la economía (según lo cual las posiciones dominantes son aquellas de los autores de best-sellers), mientras que las editoriales consideradas “independientes” se identificarían más con el criterio del “desinterés” con respecto a lo económico.

Nuestra metodología se basó en una primera etapa de encuestas en 2010 a distintas editoriales que aparecían como independientes o pequeñas, y luego una serie de

2 Esto se ve por ejemplo, en el traspaso de editores (o escritores) de pequeños emprendimientos a medianos o grandes, ya dotados de un capital simbólico que les es otorgado por sus prácticas iniciales.



entrevistas que hemos venido realizando en los últimos años: Pablo Avelluto, Pablo Braun, Octavio Kulesz, Lucas Oliveira, Daniel Durand, Francisco Garamona. Asimismo, hemos decidido pensar la independencia en relación a una serie de cuestiones, de modo tal de poder operacionalizar este término a partir de algunos ejes: nacionalidad; propuesta cultural; organización laboral; difusión, comercialización y distribución; relación con el Estado e instancias de agrupamiento. En una segunda instancia, contrastaremos estas dimensiones obtenidas de los diarios y suplementos, con una serie de entrevistas a los editores de tres editoriales que podemos pensar como tipos representativos de los emprendimientos del sector editorial: un grupo editorial de capital transnacional poseedor de múltiples sellos (Random House Mondadori), una editorial de capital nacional profesionalizada y con vínculos con el mercado exterior (Eterna Cadencia) y por último, una editorial literaria under y artesanal (Funesiana).

Es importante dejar asentado que circunscribimos nuestro objeto de estudio a las editoriales que publican –si bien no exclusivamente– literatura de ficción de autores locales. Realizamos esta salvedad, ya que dentro del amplio espacio editorial argentino, conviven una serie de editoriales que publican temáticas diversas: educativas, académicas, no ficción, gastronómicas, musicales, etc. Si bien muchas de las editoriales que tratamos aquí no publican solamente literatura, consideramos importante mantenernos dentro de las que al menos dedican parte de su catálogo a su publicación, ya que nuestro interés radica en las relaciones entre literatura y sociedad, entendiendo a la primera como una serie de “prácticas sociales, modos de hacer, sensibilidades, que en base a un trabajo con el lenguaje pero no limitándose al mismo, se vinculan con la narración de los procesos políticos, prefigurando nuevos modos de experiencia social” (Vanoli y Vecino 2010: 38).

La “independencia” en la escena editorial

La tradición independiente en los sesenta

En un recorrido histórico por el sector editorial en nuestro país, encontramos que durante la década de 1940 comienza un proceso de modernización de la industria dado por la entrada en juego de un nuevo modelo editorial que fue protagonizado por los emigrantes españoles exiliados del franquismo. Editoriales como Sudamericana, Emecé



y Losada fueron fundadas por esos años, y pasarían a posicionarse como líderes y referentes de la edición para América Latina, con un rol clave en el boom de la literatura latinoamericana en los años sesenta (Vanoli 2010). Es en esta década donde puede ubicarse la aparición de una incipiente tradición “independiente”. Según Vanoli, junto al modelo de intervención estatal en la cultura literaria de nuestro país, simbolizado en el rol de editoriales como Eudeba y Centro Editor de América Latina, aparecen La Rosa Blindada y Jorge Álvarez Editor, dos editoriales que ubicamos como antecedentes de esta tradición. Su conformación tiene base en la construcción de un público lector en nuestro país, con un fuerte protagonismo del Estado a través de la educación pública, así como en la formación, a nivel más amplio, de un público consumidor de cultura (Wortman 2009a).

Según Vanoli, estos modelos de editor –que convivieron con las grandes editoriales nacionales– representan un punto de partida para pensar la tradición “independiente” en nuestro país, con un repertorio de acciones que va a ser retomado por algunos editores literarios en la actualidad. Esta independencia está referida a una inserción en el campo que está dotada de una cierta autonomía y dinamismo en relación a las tomas de posición propias con respecto a lo editorial y a tomas de decisión políticas. Por un lado, una oposición a la subordinación de la editorial a las reglas del mercado, y por el otro, la formación de nuevos circuitos de lectura contraculturales y propuestas estéticas novedosas (Vanoli 2010).

Las “editoriales independientes” en las últimas décadas. El sector editorial local en el contexto global

Para ubicarnos en los procesos que estamos analizando, estamos pensando estas problemáticas en el marco de una etapa tardía del capitalismo. A partir de autores que se aproximan al estudio de la sociedad contemporánea a la luz de la globalización cultural, podemos afirmar que las prácticas sociales se encuentran mediadas por lo simbólico en la producción de valor, por lo que el valor simbólico de la cultura no se encuentra divorciado de su valor económico. En este sentido, de acuerdo a Lash y Urry (1998) la oferta, pero también la demanda se encuentran atravesadas por contenidos simbólicos. Siguiendo a Yúdice (2002), podemos entender en este contexto social y económico, a la cultura como “recurso”, orientada en su mayor parte al mercado; la cada vez mayor



distribución de bienes simbólicos como libros y discos en el comercio mundial son una muestra de la transformación de la cultura.

Los procesos de globalización cultural, que han influido sobre la relación entre economía y cultura, sumados a los acontecimientos ocurridos a nivel local, a partir de la implementación de políticas neoliberales durante los años noventa, resultaron en un impacto en las formas de producción cultural y simbólica, dando lugar a la aparición de nuevos productores y formas de producción (Miguel 2011). En este marco, Wortman destaca tres escenarios intercalados: a) la industria cultural transnacional, que comprende a los grandes sellos multinacionales, b) una escena independiente, vinculada a las políticas culturales, presente en nuevos espacios urbanos y en la red y c) un nuevo escenario producto de las nuevas tecnologías, que ha permitido el surgimiento de nuevos bienes culturales y nuevas sociabilidades (Wortman 2009b).

La edición a nivel global es afectada por estos procesos a nivel producción, distribución y consumo. Si hay una lógica comercial que regula la cadena del libro por los grandes grupos, se le opone, en principio, otra lógica “resistente” que bajo nuevas estrategias y prácticas, lleva a cabo la tarea de la edición sin perder de vista sus aspiraciones culturales. Esta es la visión de Colleu (2008) y de las alianzas de editores independientes que funcionan a nivel mundial y nacional,³ que desde nuestra perspectiva, transmiten una visión particular de la edición “independiente” que pretendemos problematizar. Estas editoriales rescatan el concepto de “bibliodiversidad”, en alusión a la necesidad de garantizar una diversidad de producciones editoriales, como oposición a la “bestsellerización” del mundo editorial. Profundizando lo que dijimos antes, en Argentina el desarrollo de la industria editorial desde fines de los años noventa puede ser caracterizado bajo dos grandes procesos: en primer lugar, la concentración de la propiedad y la transnacionalización de capitales delineó una industria editorial controlada en un 75% de la producción por los grandes grupos económicos (Becerra, Hernández, Postolski 2003), que desembarcaron en el país absorbiendo a las editoriales

3 En Argentina se encuentra la Alianza de Editores Independientes de la Argentina por la Bibliodiversidad (EDINAR), en la que participan editoriales literarias como Interzona, Entropía, Mansalva; editoriales de poesía como Voy a salir y si me hiere un rayo; editoriales que mantienen una relación con la academia, como Prometeo, Biblos y La Crujía, y editoriales de catálogo amplio y diverso como Eterna Cadencia, La Marca y Marea, entre otras.



locales en un proceso de expansión hacia toda Latinoamérica. Entre 1997 y 2000 el grupo español Planeta (que controla el 20% del mercado argentino) adquirió Emecé, Paidós, Seix Barral, Ariel, entre otras. Sudamericana fue adquirida por el grupo alemán Bertelsmann, propietario de Random House, Mondadori, Grijalbo, Plaza y Janés y otras (de Diego 2007; CAL 2003). Los noventa marcaron el final de la lógica del negocio de tradición familiar y de las empresas nacionales que apuntaban además a exportar literatura nacional hacia otras regiones, al mismo tiempo que incidieron en un marcado aumento de la productividad del sector. Sin embargo, esto no se correspondió con un crecimiento del libro de autores argentinos (Botto 2006). Los actores transnacionales, con la importación de títulos y la imposición de nuevas formas de comercialización, concentrarían la edición de acuerdo a las direcciones de las casas matrices, bajo nuevas estrategias de venta y publicidad.

En segundo lugar y como corolario, luego de la crisis de 2001 comenzó el proceso de proliferación del heterogéneo y numeroso grupo de editoriales llamadas “independientes”, que apuntaron a nichos que los grandes grupos no contemplaron (Botto 2006). El anclaje profundo de la sociedad de consumo y su cuestionamiento que se desencadenó en la crisis de 2001 en nuestro país, habilitó procesos de resistencia cultural con una intencionalidad que se orientó hacia la difusión de valores ajenos a un ethos mercantil. La intervención cultural, con la ayuda de las nuevas tecnologías, deja de pensarse territorialmente, para pasar a una forma global. Teniendo en cuenta las complejidades que tienen los procesos de globalización y su impacto en la esfera social y cultural, esto permite el espacio para la creatividad, dinamismo y articulación entre distintos actores, que no se fijan exclusivamente a un territorio nacional.

Según el informe del CEP (2005), el 86% de las editoriales son “independientes” o “pequeñas”, mientras que el 14% restante pertenece a los sectores más concentrados. Ahora bien, este último grupo es mayoritario en cuanto a cantidad de establecimientos registrados y a diversidad de publicaciones, pero no en referencia a la facturación, que muestra la concentración del capital. De acuerdo a las estadísticas del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), hay cuatro categorías para definir a las editoriales: Grandes, Medianas, Pequeñas y Microeditoriales. Éstas últimas ocupan un



65% de la distribución de editoriales, y comprenden a las editoriales registradas que facturan hasta 1 millón de pesos anuales.⁴

Dada la heterogeneidad que compete a este grupo mayoritario de editoriales, creamos seis dimensiones para pensar los modos en que se aplica la cuestión de la independencia:

a) “Independencia” referida al tamaño y nacionalidad del capital económico

La referencia más común respecto a la “independencia” de una editorial está asociada al tamaño y a la nacionalidad del capital económico del emprendimiento. Se piensa a lo “independiente” en oposición a las grandes editoriales multinacionales que pasaron a dominar el mercado de libros durante el modelo de convertibilidad de los años noventa. Hay referencia a una independencia en torno al carácter nacional del capital económico y su menor tamaño, con respecto al de los grandes grupos editoriales transnacionales, pero sin una diferenciación interna dentro del grupo heterogéneo que las conforma.

En este eje, la independencia está asociada al capital nacional de las empresas, y a su menor tamaño y tiradas de ejemplares con respecto a las grandes. En esta sintonía, una de las cualidades de un “editor independiente” para la Alianza de Editores Independientes de la Argentina por la Biodiversidad (EDINAR) es su independencia económica: que el editor sea dueño de su capital y no dependa de un grupo accionario, lo que le permitiría poseer un poder de decisión total sobre su empresa (Colleu 2008; EDINAR 2011).

Con respecto a las publicaciones oficiales, en el informe mencionado del CEP (2005), el tratamiento de estas editoriales refiere a la nacionalidad del capital de las pequeñas y medianas, que controlan una tercera parte del mercado, dominado por las empresas de capital transnacional. Sin embargo, este porcentaje no considera a un número amplio de pequeñas editoriales que se llaman a sí mismas “independientes” o autogestionadas, que no poseen un estatuto legal ni aparecen en los registros de ISBN, pero que tienen participación central dentro del campo a través de las redes literarias que se generan por

4 Dentro de esta categoría, hay cuatro sub categorías, correspondientes a una escala de facturación. Las que facturan hasta 100 mil pesos son un 23% del total, y en ellas pueden estar faltando numerosos proyectos que, facturan menos de dicho límite, pero que no han sido censados por su situación de informalidad.



las prácticas de escritores, lectores e intermediarios. Por otro lado, en el SInCA, se tipifica a las editoriales según tamaño y facturación sin utilizar la denominación “independiente”. La escala recorre las categorías Grandes editoriales (0.5%), Medianas (18.5%), Pequeñas (16%) y Micro editoriales (65%), siguiendo datos del mismo informe CEP y de la AFIP, por lo que toma en cuenta sólo las editoriales registradas como empresas. De acuerdo a ambas publicaciones, la categorización de estas editoriales se piensa en términos de facturación.

b) “Independencia” referida a la propuesta cultural y estética

Otra de las acepciones posibles de la independencia de las editoriales está referida a la propuesta del catálogo de estos emprendimientos, en oposición a los lineamientos del mercado que seguirían los grandes sellos transnacionales.

En base a estas fuentes, podemos suponer que los protagonistas consideran su independencia vinculada a no tener que depender de los parámetros que el mercado impone en términos económicos para hacer un libro “vendible”. Sin embargo, como todo libro es al mismo tiempo, mercancía y bien simbólico, lo económico no desaparece del horizonte de los editores, que siempre apuntan a un mercado de lectores. Lo cierto es que indudablemente estas editoriales encuentran mayor libertad de acción en la elección y armado de su catálogo. Esta es la visión que promueve EDINAR, que las define como “garantes de la pluralidad de las ideas frente a la mercantilización creciente de la cultura impuesta por las lógicas esencialmente financieras de los grupos de comunicación internacionales”, priorizando el catálogo y la actividad de “creación” de su editor (Colleu 2008: 79). Se plantea una prioridad de la oferta por sobre la demanda, reflejada en una diversidad en su propuesta editorial, como respuesta a la sobreproducción de títulos serializados.

c) La “independencia” en la organización laboral

Acerca de la situación laboral que se registra en el amplio espectro de estas editoriales es fundamental considerar en primer lugar la cuestión del espacio físico en donde funcionan. Por otro lado, es fundamental la variable de los roles laborales, el número de integrantes y situación laboral de todas las personas que participan en cada proyecto editorial, así como las tareas que se asignan a cada uno. Hay editoriales que están



organizadas en torno a una estructura laboral donde hay roles claramente diferenciados. Esta situación entra en contraste con proyectos que se desarrollan más informalmente, donde los roles de editor y empleados están confundidos. Son estos proyectos en los cuales no predomina una estructura clara y racional de organización laboral, sino que se metamorfosean los roles y se renuevan y cambian constantemente.

d) La “independencia” en cuanto a la difusión, distribución y comercialización

Las principales dificultades con las que una pequeña o mediana empresa editora debe enfrentarse son la distribución y la difusión de los títulos publicados, es decir, hacer que esos libros sean visibles. Ludmer plantea una interesante observación cuando sostiene que “en este momento, mucho más que los autores o los estilos, lo que funciona como sentido es la distribución del libro: la pequeña editorial independiente que produce para el mercado interno ‘estetiza’ el objeto; la gran cadena de distribución española produce un efecto ‘mercancía’”.

En referencia a la difusión, en principio podemos referirnos al uso de internet (redes sociales, blogs), que es utilizado por todos los emprendimientos, pero no en la misma medida. Las llamadas editoriales “independientes” de mayor alcance le dan un uso principalmente de difusión de sus actividades, ya que sus productos circulan en los espacios de distribución tradicionales, si bien no en todas las cadenas de librerías. Por otro lado, las editoriales más artesanales realizan un uso de internet que es fundamental para la existencia del proyecto, que depende de una comunidad fiel de lectores, ya que sus libros no circulan necesariamente en librerías.

Respecto a la distribución, también aquí encontramos grandes diferencias, que van desde aquellas editoriales que trabajan con distribuidores y librerías –y que por ese motivo pugnan por una mayor visibilidad en ellas– y aquellas editoriales que no lo hacen porque agotan sus ejemplares en la presentación o en la venta a través de la web. Al mismo tiempo, hay algunas editoriales que hacen su propia distribución en librerías, argumentando que es muy importante el vínculo con el librero a la hora de la suerte que le toque correr al libro, mientras que en otros emprendimientos se observa un uso mixto, ya que no sólo distribuyen en librerías sino que también venden a través de la web.

Otro aspecto importante a la hora de pensar diferencias dentro de este grupo en torno a la actividad de difusión, es la cuestión de la Feria Internacional del Libro, lugar que por



excelencia funciona como legitimador de la existencia de editoriales y escritores en la industria. Desde 1998, se había comenzado a organizar la Contraferia en la puerta de la Feria del Libro “oficial”, situación que desembocó en la emergencia, en el año 2006, de la FLIA, Feria del Libro Independiente y Autogestionado, en la que algunas editoriales se juntan con otros proyectos, en un marco vinculado a una postura política en protesta contra las formas de producción verticales y capitalistas.

Para complejizar esta aparente oposición entre la FLIA y la Feria Internacional del libro de Buenos Aires, en los últimos años un grupo que pertenece al espectro de las llamadas “independientes” comenzó a presentar su material dentro del predio de esta última, de manera agrupada. En las trayectorias de las distintas editoriales se observa que es complejo asignar a cada editorial una metodología unívoca y coherente en relación con sus estrategias para distribuir libros, ya que estas se orientan mediante una adaptación permanente a condiciones materiales que se renuevan constantemente. En el relevamiento propio sobre aproximadamente cincuenta editoriales pequeñas, la mayoría trabaja con la Web como medio de venta de libros. Casi la totalidad de las editoriales relevadas distribuyen en librerías pequeñas y selectas⁵ en la Ciudad de Buenos Aires. Otra tendencia es que muchas de las editoriales analizadas tienen un modo de distribución múltiple, es decir que distribuyen en algunas librerías, ferias, encuentros, lecturas y presentaciones. Por otro lado, un pequeño porcentaje de editoriales no distribuyen en librerías sino solamente en ferias independientes, presentaciones y lecturas, y el porcentaje de editoriales que distribuyen en grandes cadenas de librerías es muy pequeño también (alrededor del 10%). También podemos hablar aquí de la aparición de Club del libro, que a la manera del club del disco, aparece como intermediario cultural que acerca la producción literaria a un público especializado.

e) La “Independencia” y la relación con el Estado

Las “independientes”, como vimos, aparecen como las editoriales nacionales, de pequeña escala, y por ese motivo, proclives a un riesgo económico mayor, por lo que a veces dependen de subsidios para tener la posibilidad de publicar. Si ahondamos en esta dimensión en base a nuestro relevamiento, veremos que la relación con el Estado brilla

⁵ Muchas de las cuales se ubican en los barrios de San Telmo y Palermo: Libros del Pasaje, Crack up, Eterna Cadencia, La libre, entre otras.



por su ausencia. Ésta puede darse en forma de subsidios esporádicos para una publicación particular, en forma de demanda de libros o simplemente ayuda o intervención para lograr una mayor visibilidad. Los subsidios otorgados por el Fondo Metropolitano de la Cultura, las Artes y las Ciencias (FM), de la ciudad de Buenos Aires, están orientados hacia personas físicas o jurídicas, bajo una visión individualista de las políticas culturales, lejos de una visión integral que comprenda el desarrollo de la cultura literaria. Los del Fondo Nacional de las Artes (FNA), si bien en principio apuntan al fomento de proyectos grupales, mantienen sus falencias en cuanto a que subyace que las políticas culturales sean solamente consideradas desde el estímulo económico (Vanoli y Saferstein 2011).

A fin de mejorar el problema de la “visibilidad” de los libros fue creado el programa Opción Libros en el año 2005, el cual pretende ofrecer una ayuda a las pequeñas y medianas editoriales, a las cuales luego comenzó a nombrar como “independientes” en un nuevo catálogo. Así, en el año 2009 el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires publicó un Catálogo de Editoriales Independientes, apropiándose de una palabra con la que algunas editoriales —con posturas más radicales— habían estado identificadas. Este programa contempla en modo minoritario a las editoriales que promueven autores locales de narrativa. Además, en base a datos propios, hemos comprobado que este sector no cuenta con subsidios estatales que le permitan desarrollar sus actividades. Solamente una editorial sostiene que recibe ayuda de una universidad nacional. Dos editoriales hablan de ayuda en términos de compras anuales de libros por parte del Ministerio de Educación y la CONABIP. Otras tres afirman haber recibido premios y becas del FNA o el FM; y otras tres manifiestan sostenerse con ayuda de subsidios recibidos para realizar traducciones por parte de las embajadas de Alemania, Francia, Italia, Brasil o Irlanda. Es decir que, sumando todos estos casos, solamente el 10% de las editoriales encuestadas manifiesta haber recibido un subsidio para su actividad editorial, siendo necesaria una actitud activa para solicitarlo. Podríamos también pensar aquí en el programa SUR pero está orientado más a los subsidios para traducciones de libros que a emprendimientos editoriales en concreto.

f) La “independencia” y las corporaciones



Como hemos dicho, la EDINAR reúne a editoriales que si bien difieren en sus volúmenes de producción, tiradas y catálogo, tienen en común su postura sobre la función de los editores como gestores culturales. Habiendo identificado prácticas y problemáticas comunes, así como la necesidad de construir espacios que resistan la concentración editorial de los últimos años, comenzaron a reunirse de manera no orgánica.

Una tipología del espacio editorial en la década 2000-2010

Consideramos dominante esta visión de lo independiente, que aparece manifiesta en las discusiones académicas, en los medios de comunicación y en las publicaciones oficiales, así como en las representaciones de los propios actores, en referencia a una o más de estas dimensiones expuestas.

Consideramos que la independencia evidentemente habla de una “actitud”, que implicaría ocultar, a través de esta palabra, una situación de desventaja económica que se reinterpreta de modo positivo como herramienta de distinción o de un tipo de producción determinado. Sin embargo, debemos subrayar que se trata de una denominación que alberga una serie de proyectos disímiles en su interior. En este sentido, nos gustaría proponer una primera –e incipiente– tipología de editoriales, para analizar con detenimiento las trayectorias y herencias culturales de estas editoriales a lo largo del tiempo.

Consideramos que habría al menos tres grupos diferenciados: las editoriales grandes, de capital transnacional; las editoriales medianas o pequeñas, de capital local, con intenciones de profesionalizarse y convertirse en un negocio rentable sin abandonar la importancia del criterio del “gusto” y una actitud de riesgo; y por último un sector de microeditoriales (under), más vinculadas a modos artesanales de fabricar los libros y en las cuales el proyecto comercial muchas veces no se encuentra en los planes para el futuro.

Son tres grupos de editoriales que mantienen sus propios circuitos y creencias acerca de la consagración en el campo literario: algunos son cerrados y otros abiertos, donde conviven distintos tipos de editoriales. En este marco, consideramos que la FLIA es un



circuito más bien cerrado, propio, al que solamente acceden cierto tipo de editoriales micro, under y/o artesanales. No por restricciones sino por posicionamientos dentro del campo.

Sin embargo, las editoriales grandes y las medianas (con pretensiones profesionales y de proyección comercial rentable en un mediano plazo) no se identifican con el proyecto ni las creencias de la FLIA sobre el mercado editorial, y por lo tanto se abocan a reproducir y fortalecerse en el circuito de la Feria del Libro, que aún con su fuerte impronta comercial y restrictiva, les otorga una seguridad de “participación”, “pertenencia”, y “visibilidad” como actores del campo, que les abre posibilidades comerciales de exportación.

La percepción subjetiva acerca de la consagración es también distinta en cada caso: las editoriales artesanales/under no “creen” en la consagración literaria mediante las tradicionales instancias (porque las descalifican, si bien podríamos pensar que están atravesadas por ellas), sino que su énfasis está puesto en expresarse, publicar, juntarse: arman FLIAS y lecturas a la manera de varietés donde se conocen e intercambian experiencias con una cercanía corporal y personal notable, que en los otros tipos editoriales no está presente, ya que en ellas lo personal en la relación disminuye a medida que lo laboral aumenta.

Simultáneamente, podemos decir que en el caso de las editoriales grandes y medianas, los roles laborales están más diferenciados, profesionalizados, establecidos a través de lugares y horarios y mediados por relaciones salariales, mientras que en las microeditoriales, las figuras se confunden y los roles suelen estar personificados en una misma persona: el escritor/editor/proprietario. En el sector under predomina la práctica de las lecturas, eventos donde varios escritores se reúnen para dar a conocer sus textos. El sector llamado “independiente” es heterogéneo, en relación con las editoriales y escritores que circulan en sus espacios, y se observa también que estos pueden cambiar, entrar y salir y reubicarse a ellos mismos y a sus obras en otros proyectos editoriales que le permitan proyectarse hacia otros públicos.

Centrándonos en una serie de entrevistas realizadas a distintos editores, nos enfocaremos en tres de ellas por considerar que cada una responde a un tipo de editor



que se presenta como tal. Se trata de Pablo Avelluto (Random House Mondadori - Sudamericana), Pablo Braun (Eterna Cadencia) y Lucas Funes Oliveira (La Funesiana). En estas entrevistas, se pudo vislumbrar cómo cada uno habla del mundo de los libros y de su propia editorial en diferentes términos, y que la relación que mantienen con las instancias legitimadoras es diferente. Pablo Avelluto forma parte de una estructura con alrededor de 100 empleados y es un empleado que cumple la función de gerente editorial; Pablo Braun es dueño y editor de una editorial que es de tamaño intermedio y cuenta con menos de diez empleados, y Funes es mentor/editor y único miembro del emprendimiento, junto a una diseñadora.

Cada uno se representa lo que es una editorial y el lugar y función que tiene la editorial de modo diferente: Avelluto no cree en la división de editoriales “buenas” y “malas” y trata de quebrar esas suposiciones planteando que su editorial edita tanta literatura argentina como otras editoriales independientes. Además, tiene una visión del libro en tanto bien simbólico que debe situarse en el mercado.

Históricamente el editor era un señor muy culto que tenía amigos escritores, que estaba en el mundo cultural, intelectual, y en ese mundo le traían los libros por relaciones de confianza [...]. Los editores hoy en día no están esperando que los libros les lleguen sino que los salen a buscar, [...] [piensan] “si yo creo que se va a vender sobre tal tema, o sería bueno que tal escritor escribiera sobre tal cosa”... hay muchos más libros por encargo. Muchas más ideas surgidas desde la editorial (Avelluto, entrevista 2011).

Vas construyendo una mirada cínica propia del comercio pero de eso se trata esta industria. Una de las primeras máximas que aprendí cuando entré acá es “una cosa es mi biblioteca y otra es mi plan editorial”. Lo que yo leo es un problema mío (Avelluto, entrevista 2011).

Partiendo de la estructura de la empresa, la editorial Random House publica 400 libros al año. La proporción de libros de autores de ficción argentinos es de una octava parte del total aproximadamente, es decir unos 25 libros. El editor perfila una editorial fuertemente mercantilizada, en la que los lectores se piensan como consumidores, y a partir de esta concepción se lleva a cabo el delineamiento de la producción.

Braun cuenta que los escritores desconocidos son publicados uno por año, y que planea una proyección de la editorial como un proyecto que imagina rentable en un plazo de cinco años. Durante toda la entrevista, las referencias a la organización y planificación a



futuro fueron muchas: el proyecto parece encontrarse de cara a un futuro donde el fondo editorial permitirá sostener la estructura de la editorial. Se habló de una estructura de roles organizada, donde conviven dos socios-editores; otras dos personas ocupadas de tareas de edición, una empleada de prensa, un encargado de mantener el blog, y empleados para tareas de diseño y corrección. La idea de algo “planificado” y una estrategia trazada en el tiempo sobrevolaron la entrevista. Esta dimensión de lo planificado, situado en un momento futuro, se distingue de pequeñas editoriales que surgen y duran unos dos o tres años, y nos permitimos pensar que esta es una diferencia interesante, ya que permite situar de qué modo el proyecto aparece en la mente de sus emprendedores.

Con respecto a su catálogo y a la identidad de la editorial, prefiere situarse emparentado con Adriana Hidalgo (en el sentido de “ser ‘prolijos’ y tener dos novedades por mes”) y Entropía en cuanto al catálogo, y en cuanto a la forma de trabajar con Katz Editores.

Aunque se postula de acuerdo a la denominación de “editorial independiente”, cree que ese concepto “simplifica” la cuestión: hace una diferenciación entre editoriales más y menos “profesionales”, pero igualmente independientes, en términos de no estar condicionadas por los dictados de una mesa de accionistas, que hacen que cada uno pueda publicar lo que tenga ganas, bajo un criterio “no materialista”, de ganar plata, similar al planteo de Colleu (2008). Utiliza un criterio que él liga con el “romanticismo”, más que con la ganancia. Dice que hay entre las independientes “una unión natural” y “un catálogo que, en vez de competir, se potencia”.

Funes se sitúa a sí mismo en los márgenes de la industria y la organización industrial: se opone a los suplementos culturales de los diarios y a la idea del reconocimiento legítimo, y propone que lo fundamental es el texto, lo que hay en el texto más allá de las relaciones sociales de ese libro.

...no nos interesa la reseña, no nos interesa el diseño de la tapa, ni la contratapa, ni que figure el nombre, el apellido ni la editorial, en la tapa. Todo eso es trabajo que nos quita tiempo. A partir de un montón de pensamientos sobre el libro, decidimos hacer justamente todo lo contrario. Y a lo largo de una cantidad de títulos, generamos cierta personalidad, como un sello.



La librería es innecesaria y además corrupta, la cantidad de ejemplares es innecesaria, la cantidad de libros también. La idea es buscar al lector que lee, no al que le interese figurar en los espacios de legitimación que no tienen que ver con leer. La idea es que la gente quiera comprar un libro por lo que vos escribiste, no porque Beatriz Sarlo dice que está bueno.

Conclusiones

Luego de todo lo anteriormente desarrollado, consideramos en primer lugar que debemos pensar a la “independencia” como una estrategia de posicionamiento dentro del campo editorial o literario, de modo que en algunas oportunidades funciona como una “carta de presentación” de un proyecto editorial. La “independencia” está relacionada con una tradición cultural dentro de la industria del libro en Argentina, que proviene de la década del sesenta con la aparición de editoriales literarias así nombradas. Si bien esto resulta central para comprender el derrotero del término, las editoriales que aparecen con posterioridad a la crisis de 2001 y a la transnacionalización del mundo editorial tienen, como vimos, características específicas.

La caracterización de independiente no tiene una pureza ni una valoración de por sí. A partir de las representaciones de los medios de comunicación y las publicaciones oficiales, las editoriales independientes que tienen más visibilidad son un grupo particular dentro de ellas. Estas editoriales son generalmente pequeñas y medianas empresas con una cierta organización laboral, que pretenden posicionarse como una empresa cultural, que apuntan a la bibliodiversidad mediante un amplio catálogo –sin orientarse exclusivamente a la literatura y la publicación de nuevos escritores–, y que mantienen (o así lo pretenden) vínculos internacionales, a partir de traducciones y presentaciones en ferias de libros oficiales, nacionales e internacionales. Este modelo de pequeño editor empresario, como gestor cultural (Vanoli 2010) y que apunta a la visibilidad de la pequeña editorial frente a los grandes sellos multinacionales, es el que aparece en los medios como lo legítimamente “independiente”.

Sin embargo, una multiplicidad de proyectos editoriales y literarios en donde participan nuevos autores, lectores e intermediarios, sólo aparece registrada en los medios esporádicamente. Consideramos que son éstos actores quienes conforman nuevas redes construyendo una esfera pública de lo literario, de discusión e intercambio muy valiosa para este campo. Al mismo tiempo, son estos actores quienes cuentan con mayores



dificultades –principalmente económicas– para difundir sus producciones o institucionalizar sus espacios. Las relaciones que se tejen desde estos proyectos le dan forma a una especie de “militancia literaria” (Vanoli 2009) en donde lo económico queda subordinado a las intervenciones dentro del campo literario. Esta otra vertiente de lo “independiente” está vinculada a la capacidad de ser autónomo en su organización, creando nuevos espacios de producción, difusión y de circulación, también ayudado por las nuevas tecnologías y la Web en su versión 2.0, por medio de blogs y redes sociales. Pero esta producción llamada “independiente” también es puesta en cuestión, cuando estos actores no pueden independizarse de distribuidores, librerías, de los subsidios estatales o de los aportes privados de los propios autores. La independencia juega aquí un rol frente al contenido o catálogo impuestos por el mercado, pero no frente a los espacios que aparecen como lugares de intercambio legítimo, si bien construyen circuitos alternativos a los tradicionales.

Nuestra intención fue dejar presentada esta discusión sobre la independencia, término que suele aparecer como un “sentido común” dentro de los estudios culturales, al calor de los procesos de globalización, donde lo “independiente” aparece naturalmente como opuesto a lo mainstream, sin complejizar los movimientos y las denominaciones que median las prácticas sociales. Creemos que debemos profundizar en la tarea de desentrañar esta homogeneización de grupos particulares dentro de un concepto que los englobaría, para así poder intervenir sobre las problemáticas y dificultades concretas de proyectos literarios que se mantienen excluidos de los circuitos tradicionales del mercado, pero intervienen activamente sobre el campo literario. Más aún, esta presentación de lo independiente como un grupo que está expuesto en los medios de comunicación invisibiliza muchos otros proyectos editoriales más pequeños que no cuentan con la posibilidad de entrar a estas redes de poder a partir de la cual se lanzan a la circulación editorial a nivel global. También es interesante pensar que la independencia se vincula a la idea de autonomía con respecto al capital extranjero, es decir, una concepción sobre la pertenencia nacional del capital que lo sostiene.

Esta problematización de la categoría fue realizada entre 2010 y 2012, y en este lapso de tiempo pudimos ver cómo este debate se ve modificado también por la creciente digitalización del sector y las múltiples posibilidades y cambios que esto supone. En



este sentido, en algunas entrevistas surgía el tema de que el debate acerca de “independiente”/“concentrado” comienza a perder vigencia, en relación al el debate “digital”/“analógico”. En este sentido, un entrevistado afirma que “aunque en su editorial se venda más en papel, el ebook crece muchísimo más rápido y que el 15% de lo que se vende, es digital” (Entrevista Octavio Kulesz 2012). Este editor sostiene también que una editorial es “un proyecto vivo, que refleja los cambios del país, del editor y de las tecnologías”. Además advierte que en general los editores independientes vinculan la digitalización con las corporaciones, pero que es al revés: “ahora se están avivando que lo digital para las independientes es lo mejor, porque no tiene gastos fijos”.

Se trata, en conclusión, de una etapa de transición, donde a las prácticas y competencias tradicionales que detentaban los editores, y que se correspondían con modos tradicionales de abordar el trabajo editorial, se suma una realidad transnacional de gran peso que va quitando autonomía al campo y generando la necesidad de abordar acciones que les permitan situarse ante una nueva realidad a partir de los avances tecnológicos.

Bibliografía

- Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolsky (2003). “La concentración de las industrias culturales”. AA.VV., *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, Ed. Ciccus.
- Botto, Malena (2006). “La concentración y la polarización de la industria editorial”. José Luis de Diego (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, FCE.
- Bourdieu, Pierre (2009). “Una revolución conservadora en la edición”. *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba.
- _____ (1990). “El Campo Literario. Prerrequisitos críticos y principios de método”. *Revista Criterios*, nº25-28, La Habana, 20-42.
- Cámara Argentina del Libro (CAL) (2003). “Informe sobre la industria del libro”. AA.VV., *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, Ed. Ciccus.
- CEP (2005). “La industria del libro en la Argentina”. *Síntesis de la Economía Real*, N° 48, mar.



- Colleu, Gilles (2008). *La edición independiente como herramienta protagonista de la Biodiversidad*, Buenos Aires, La Marca.
- de Diego, José Luis (2007). “Políticas Editoriales y Políticas de Lectura”. *Anales de la Educación Común*, nº 6, Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires.
- Gutiérrez Giraldo, Rafael (2006). “Ficciones literarias latinoamericanas en la época de las multinacionales del libro”. *Revista Estudios*, Caracas, Universidad Simón Bolívar.
- Lash, Scott y John Urry (1998). *Economía de signos y espacios*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Manzoni, Celina (2001). “¿Editoriales pequeñas o pequeñas editoriales?”. *Revista Iberoamericana*, Vol. LXVII, Núm. 197, Oct.-Dic., 781-793.
- Miguel, Paula (2011). “Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010”. Lucas Rubinich y Paula Miguel (eds.), *01 10: Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*, Buenos Aires, Aurelia Rivera.
- Svampa, Maristella (2005). *La sociedad excluyente*, Buenos Aires, Taurus.
- Vanoli, Hernán (2010). “Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de una cultura”. *Nueva sociedad* nº230, Buenos Aires.
- Vanoli, Hernán y Diego Vecino (2010). “Peronismo y literatura argentina: de dónde venimos y hacia dónde podemos ir”. *Revista Kranear*, Buenos Aires, dic., 37-46.
- Vanoli, Hernán y Ezequiel Saferstein (2011). “Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales”. Lucas Rubinich y Paula Miguel (eds.), *01 10: Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*, Buenos Aires, Aurelia Rivera.
- Wortman, Ana (2009a). *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires, Eudeba.
- _____ (2009b). “Nuevas escenas de los consumos Culturales”. *En busca de la señal*, Córdoba, AECID.
- Yúdice, George (2002). *El recurso de la cultura*, España, Gedisa.

Notas periodísticas:

- La Nación (sábado 9 de agosto de 2008) – “Los nuevos audaces”.
<http://www.lanacion.com.ar/1036744-los-nuevos-audaces>



- Clarín (lunes 23 de mayo de 2005) – “Editoriales argentinas, en la Feria de Madrid”.
<http://edant.clarin.com/diario/2005/05/23/sociedad/s-03503.htm>
- La Nación (1 de diciembre de 2005) – “Ediciones alternativas”
- Ñ (sábado 1 de diciembre de 2007) – “Elogio de la literatura mala”
<http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2007/12/01/u-00611.htm>
- La Nación (miércoles 25 de abril de 2001) – “Las editoriales independientes ya no miran la Feria desde afuera” <http://www.lanacion.com.ar/300391-las-editoriales-independientes-ya-no-miran-la-feria-desde-afuera>
- Ñ (martes 11 de mayo de 2010) – “Editores independientes”
http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2010/05/11/_-02194108.htm
- Clarín (lunes 12 de mayo de 2008) – “Los que exponen por primera vez”
<http://edant.clarin.com/diario/2008/05/12/sociedad/s-01669998.htm>
- Página 12 (jueves 29 de julio de 2010) – “Abrirse paso en la jungla” -
<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/4-18758-2010-07-29.html>